

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam era globalisasi saat ini, perkembangan usaha di Indonesia sangat pesat seiring dengan pertumbuhan di segala bidang usaha yang ditandai dengan adanya banyak persaingan antar perusahaan secara ketat dan terbuka. Dalam keadaan seperti ini, setiap perusahaan dituntut untuk terus melakukan pengembangan usaha agar bisa menyesuaikan diri dalam persaingan dengan perusahaan-perusahaan lain. Untuk melakukan suatu pengembangan usaha sangat dipengaruhi oleh sikap pemimpin. Seorang pemimpin harus melakukan perubahan semaksimal mungkin agar memiliki dampak positif dalam mengembangkan usahanya. Para pemimpin Islam harus sadar bahwa mereka perlu kembali ke doktrin Al-Qur'an dan sunnah yang telah ditentukan syariat Islam, sehingga ide yang akan dituangkan dalam melakukan perbaikan sistem ekonomi berdasarkan hukum Islam, atau sistem ekonomi syariah. Hal ini akan terjadi karena mereka menyadari bahwa perekonomian yang berjalan selama ini belum membawa perubahan dalam perbaikan kondisi perekonomian, khususnya di berbagai negara muslim.¹

Selain digunakan sebagai perubahan dalam perbaikan kondisi perekonomian, sistem ekonomi syariah dapat digunakan secara efektif sebagai peluang bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) untuk mengembangkan usahanya. Dalam melakukan pengembangan usaha tentu terdapat berbagai macam kendala yang akan dihadapi. Untuk menyikapi keadaan tersebut, berbagai upaya dan strategi dilakukan oleh pelaku usaha agar mampu memenangkan persaingan pasar, salah satunya dengan menerapkan etika bisnis Islam sebagai pedoman dalam menjalankan usahanya, baik bertingkah laku maupun dalam proses pengambilan keputusan.² Dengan demikian, penerapan etika bisnis Islam sangat diperlukan untuk menunjang keberhasilan dan keberkahan suatu usaha.

Perkembangan teknologi yang semakin pesat menjadikan semakin mudahnya aktivitas manusia, termasuk aktivitas jual beli

¹ Nur Manna Silviyah and Novieati Dwi Lestari, "Pengaruh Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan UMKM," *Al Iqtishod: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Ekonomi Islam* 10, no. 1 (2022): 96–112.

² Yudhita Meika Wardani and Ahmad Ajib Ridlwan, "Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Pada PT. Tanjung Abadi," *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia* XII, no. 1 (2022): 37–52.

online yang dapat dilakukan melalui *e-commerce*. Selain memudahkan manusia dalam bertransaksi jual beli online, kemajuan teknologi dan informasi juga tidak lepas dari ancaman kejahatan. Salah satu kejahatan yang terjadi pada jual beli online adalah penipuan. Sebagaimana yang dikutip dari antaranews.com terdapat kasus penipuan transaksi online mengatas namakan Bea Cukai. Kepala Subdirektorat Humas dan Penyuluhan Bea Cukai, Hatta Wardhana mengatakan pada Januari 2023 tercatat 467 laporan penipuan dengan rincian sebanyak 316 merupakan panipuan material dan 151 pengaduan merupakan penipuan nonmaterial.³ Banyaknya kasus penipuan tersebut menjadikan konsumen online shop harus berhati-hati ketika ingin membeli produk secara online karena tidak semua toko online menerapkan sikap jujur.

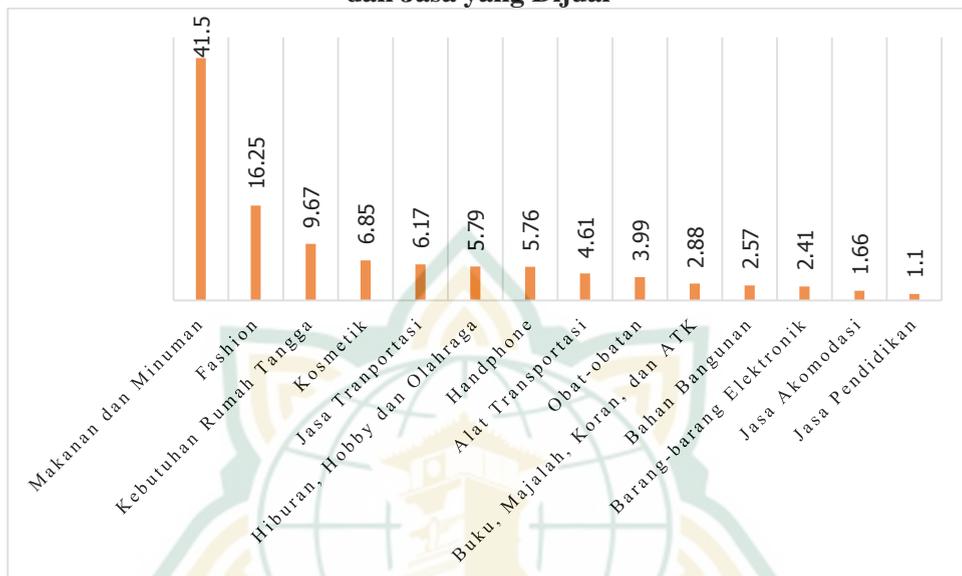
Hasil penelitian Purnama Ramadani Silalahi, dkk mengungkapkan beberapa faktor yang menjadi penyebab terjadinya penipuan dalam transaksi *e-commerce*, yaitu: pengetahuan pengguna yang minim, kebocoran data pengguna, pengguna tergiur hadiah palsu, tingginya angka pengangguran dan kemiskinan, sistem keamanan dan kurang tegasnya kebijakan pemerintah.⁴ Kelima faktor tersebut menunjukkan bahwa konsumen maupun penjual perlu waspada dan mempersiapkan strategi yang tepat agar tidak menjadi korban penipuan online.

Salah satu produk yang sering dijual pada *e-commerce* adalah produk *fashion*. Produk *fashion* menempati posisi kedua setelah produk makanan dan minuman sebagaimana pada grafik berikut:

³ Antaranews, “Modus Penipuan Online Shop Kian Marak, Ini Cara Pencegahannya,” *Antaranews.com*, 2023, <https://m.antaranews.com>.

⁴ Purnama Ramadani Silalahi, dkk “Analisis Keamanan Transaksi E-Commerce Dalam Mencegah Penipuan Online,” *Profit: Jurnal Manajemen, Binsis dan Akuntansi*, 1, no. 4 (2022): 229-230.

Gambar 1. 1 Persentase Usaha *E-commerce* Menurut Barang dan Jasa yang Dijual



Sumber: BPS, 2021.

Berdasarkan grafik di atas dapat dilihat bahwa hasil survei *e-commerce* pada tahun 2022 tercatat kelompok usaha yang paling banyak dijual pada *e-commerce* adalah makanan dan minuman menempati urutan pertama dengan jumlah 41,5%, disusul *fashion* sebanyak 16,25%, urutan ketiga kebutuhan rumah tangga sebanyak 9,67%, kemudian kosmetik sejumlah 6,85%, disusul dengan jasa transportasi sebanyak 6,17%, hiburan, hobby dan olahraga 5,79%, handphone 5,76%, alat transportasi 4,61%, obat-obatan 3,99%, buku, majalah, koran, dan ATK 2,88%, bahan bangunan 2,57%, barang-barang elektronik 2,41%, jasa akomodasi 1,66%, dan yang terakhir jasa pendidikan 1,1%.⁵ Dari data tersebut, tingginya usaha *fashion* yang dijual pada *e-commerce* menjadikan usaha *fashion* juga mengalami dampak adanya kejahatan siber yang merugikan penjual maupun pembeli.

Hasil penelitian Muhammad Deoban Recondy Putra dan Hari Sutra Disemadi menunjukkan rendahnya pengetahuan pelaku UMKM *fashion* mengenai Hukum Kekayaan Intelektual (HKI) menjadikan maraknya pencurian ide dari kekayaan intelektual orang lain. Hal tersebut menunjukkan bahwa aspek kejujuran pada UMKM *fashion*

⁵ Badan Pusat Statistik, *Statistik eCommerce 2022*, (Jakarta: BPS, 2022), 21.

masih kurang.⁶ Hasil penelitian tersebut juga selaras dengan yang dikutip dari antaranews.com yang menyatakan sebanyak 60% pelaku UMKM di Indonesia mengalami pencurian informasi. Pencurian informasi tersebut terdiri dari data pelanggan, data karyawan, email internal, informasi bisnis yang sensitive, informasi keuangan dan kekayaan intelektual. Penyebab terjadinya pencurian data sebanyak 29% UKM Indonesia adalah karena tidak adanya solusi keamanan siber yang tidak memadai untuk mendeteksi atau mencegah terjadinya pencurian data. Sementara 21% UKM menyebutkan penyebabnya adalah tidak terdapat solusi keamanan siber.⁷

Fenomena yang terjadi di atas merupakan salah satu bentuk kurangnya penerapan etika bisnis Islam pada produsen. Untuk itu diperlukan strategi bagi produsen agar tidak menjadi korban penipuan. Etika bisnis Islam tersebut diperlukan agar dalam menjalankan usahanya, seorang produsen tidak hanya mencari untuk kesejahteraan di dunia melainkan di akhirat juga perlu dipertimbangkan. Hal ini berkaitan dengan tanggung jawab produsen kepada konsumennya. Apabila etika bisnis Islam diterapkan secara tepat maka tidak akan terjadi kerugian yang akan dialami oleh produsen maupun konsumen.

Etika dalam berbisnis merupakan pengaplikasian pemahaman tentang berbagai macam bisnis. Paradigma Islam tentang etika bisnis yaitu adanya konsepsi hubungan manusia dengan Tuhannya, hubungan manusia dengan manusia, dan hubungan manusia dengan lingkungannya. Hal ini menjadikan etika bisnis Islam harus mempunyai visi baik di dunia maupun di akhirat. Kerangka pemikiran tersebut menjadikan pondasi dalam ekonomi Islam. Konsep etika bisnis dalam Islam berlandaskan pada amanah, kejujuran, dan bertanggung jawab. Dalam memahami secara kaffah/luas dan benar mengenai konsep etika bisnis Islam maka harus memahami tiga dasarnya yaitu aqidah, akhlak, dan syariah.⁸

⁶ Muhammad Deoban Recondy Putra dan Hari Sutra Disemadi, "Counterfeit Culture dalam Perkembangan UMKM: Suatu Kajian Kekayaan Intelektual," *KRTHA BHAYANGKARA*, 16, no. 2 (2022).

⁷ Antaranews "Studi: 60 persen UKM Indonesia Alami Pencurian Informasi," *Antaranews.com*, 2021,

<https://www.google.com/amp/s/m.antaranews.com/amp/berita/2478237/studi-60-persen-ukm-indonesia-alami-pencurian-informasi>.

⁸ Dena Ayu and Syahrul Anwar, "Etika Bisnis Ekonomi Islam Dalam Menghadapi Tantangan Perekonomian Di Masa Depan," *Al-Mustashfa: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah* 7, no. 1 (2022): 52–61.

Etika bisnis Islam mengarahkan kepada bisnis agar sesuai dengan syariat Islam yang telah ditetapkan. Bisnis Islam tidak diperbolehkan adanya unsur haram di dalam usahanya, baik dalam memilih jenis usaha, membagi keuntungan, dan penjualannya. Jadi, Islam menentukan dan mengatur halal dan haram dari produk. Bisnis haram sebagai bentuk yang dapat mengakibatkan dampak yang buruk, sehingga tidak diperbolehkan dalam Islam. Bisnis Islam dapat dikatakan penting untuk mendapatkan berkah.⁹ Rasulullah SAW pernah bersabda dalam sebuah hadits,

التَّاجِرُ الصَّدُوقُ الْأَمِينُ مَعَ النَّبِيِّ وَالصِّدِّيقِينَ وَالشَّهَدَاءِ

“Pedagang yang jujur lagi terpercaya adalah bersama-sama para Nabi, shadiqin, dan para syuhada.” (HR. Tirmidzi dan Hakim).

Berdasarkan hadits di atas maka dalam berbisnis wajib dilandasi oleh sikap jujur. Pebisnis yang tidak jujur akan menuai kehancuran, sebaliknya pebisnis yang jujur akan menuai keuntungan yang tak terhingga.¹⁰ Seorang pebisnis yang mengutamakan sifat kejujuran merupakan pebisnis yang beretika islami dan berprinsip syariah.

Aspek keuntungan di dalam bisnis Islam bukan menjadi tujuan utama. Akan tetapi, kegiatan yang sudah berjalan dapat bermanfaat serta berkah yang didapat oleh para pelaku usaha atau masyarakat. Halal dan haram dijadikan landasan utama untuk mendapatkan proses dan jenis dari kegiatannya sehari-hari. Keuntungan sudah tidak menjadi tujuan dengan diterapkannya bisnis Islam, melainkan dampak sosial yang diciptakan dengan adanya hasil dari usaha tersebut. Jadi adanya etika dapat menyatu dengan dunia bisnis. Tanpa etika, dunia bisnis akan menjadi sebuah struktur kehidupan yang tersendiri dan menjadi dunia yang hitam.

Tidak ada bisnis tanpa adanya etika, termasuk pada usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Istilah UMKM dapat diartikan suatu usaha perdagangan yang dikelola oleh perorangan atau juga badan usaha yang dalam hal ini termasuk juga sebagai kriteria usaha dalam lingkup kecil atau juga mikro. Keberadaan UMKM sangat tidak bisa dihindari lagi bagi kalangan masyarakat. Sebab keberadaannya sangat bermanfaat dalam hal pendistribusian

⁹ I D O Sari and L Rahmawati, “Analisis Penerapan Prinsip Etika Bisnis Islam Pada UMKM Olahan Laut,” *Al Iqtishod ...* 10, no. 2 (2022): 55–68.

¹⁰ Buchari Alma, *Kewirausahaan Untuk Mahasiswa Dan Umum* (Bandung: Alfabeta, 2016), 3.

pendapatan masyarakat. Selain itu UMKM dapat menciptakan tenaga kerja yang sejalan dengan usahanya untuk mempertahankan atau mengembangkan usaha bisnis UMKM tersebut. keadaan usaha bisnis UMKM menjadi sangat strategis dalam menggerakkan perekonomian nasional.¹¹

Salah satu usaha tekstil yang terdapat di Kabupaten Kudus adalah Rizma *Collection* yang sudah ada sejak tahun 2010 dan lokasinya di Desa Jepang Pakis. Usaha tersebut merupakan sebuah konveksi sekaligus menjual hasil produknya secara *online* maupun *offline*. Usaha fashion yang dijalankan telah berkembang pesat sehingga berbagai macam produknya mampu melebar hingga ke luar Kota sehingga memiliki banyak pelanggan. Produk yang dihasilkan sangat beragam, mulai dari kemeja pria, baju koko, kemeja wanita, gamis, dan berbagai jenis atasan wanita. Hasil observasi yang telah dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa Rizma *Collection* pernah mengalami masa terpuruknya ketika terjadi pandemi covid-19, dimana hasil penjualannya mengalami penurunan secara drastis. Namun hal tersebut dapat dilewati oleh Rizma *Collection* sehingga usahanya mampu bertahan hingga saat ini.¹²

Meskipun Rizma *Collection* mampu bertahan hingga sekarang, namun hasil wawancara pra penelitian yang dilakukan oleh peneliti kepada Bapak Noor Fuad beliau mengungkapkan apabila mengalami kendala untuk mempertahankan pelanggannya, hal itu dikarenakan banyaknya produk sejenis yang sudah memiliki citra merek yang lebih baik. Permasalahan tersebut tidak dapat dibiarkan begitu saja dan perlu penanganan yang cepat dan tepat. Tentunya hal tersebut menjadi tantangan baru bagi beliau untuk memertahankan dan mengembangkan usahanya. Selain itu konveksi ini juga pernah mengalami pencurian informasi penting oleh karyawannya.¹³ Berdasarkan permasalahan tersebut, peneliti tertarik untuk mengkaji mengenai implementasi etika bisnis Islam dalam meningkatkan loyalitas pelanggan, dimana peneliti berharap dari hasil penelitian ini dapat memberikan evaluasi bagi Rizma *Collection* untuk meningkatkan usahanya dan mempertahankan loyalitas pelanggan.

Penelitian mengenai penerapan etika bisnis Islam sudah pernah dilakukan salah satunya penelitian Yudhita M. Wardani dan

¹¹ Abdul Mannan and Inayah wasti Ratih, "Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Usaha Mikro/UMKM," *Jurnal Ekonomi Islam* 1, no. 1 (2021): 132–147.

¹² Observasi peneliti di konveksi Rizma *Collection*, 3 Desember 2022.

¹³ Noor Fuad, wawancara oleh penulis, 12 November 2022, wawancara 1, transkrip.

Ahmad A. Ridlwan dengan judul “Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Membangun Loyalitas Pelanggan Pada PT. Tanjung Abadi”. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan menganalisis penerapan nilai-nilai etika bisnis Islam pada PT. Tanjung Abadi dalam usaha membangun loyalitas pelanggan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa PT. Tanjung Abadi telah menjalankan etika bisnis Islam dengan lima prinsip yakni kesatuan/tauhid, keseimbangan/keadilan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan prinsip kebenaran. Hal ini berdampak terhadap loyalitas pelanggan dengan melihat hasil analisis loyalitas pelanggan berdasarkan pembelian berulang, melakukan pembelian antar lini produk dan jasa, mereferensikan kepada orang lain, dan menunjukkan kekuatannya terhadap pesaing.¹⁴

Sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh Abdul Mannan dan Inayah S. Ratih yang berjudul “Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Usaha Mikro Mebel/UMKM” yang memiliki tujuan penelitian untuk mengetahui bagaimana konsep etika bisnis Islam serta bagaimana implementasinya bagi para pelaku UMKM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam usaha toko mebel H. Dawi telah menerapkan etika bisnis Islam, baik pemilik maupun karyawan. Dalam menjalankan kegiatan usahanya, para pelaku usaha telah memahami dan mengimplementasikan prinsip dan nilai-nilai Islam dengan berlandaskan Al-Qur’an dan hadits.¹⁵

Disamping itu terdapat penelitian lain dari Nur Manna Silviyah dan Novieati D. Lestari dengan judul “Pengaruh Etika Bisnis Dalam Meningkatkan UMKM” dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam menjalankan bisnis perlu menjalankan etika bisnis Islam. Penerapan etika bisnis Islam memberikan pengaruh yang baik, dan nilai positif dalam meningkatkan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).¹⁶ Dari beberapa penelitian yang telah disebutkan di atas, terdapat persamaan bahwa penerapan etika bisnis Islam sangat penting untuk diterapkan dalam setiap usaha, termasuk pada usaha mikro kecil menengah (UMKM). Penerapan etika bisnis Islam dinilai mampu memberikan banyak pengaruh positif dalam usaha.

¹⁴ Wardani and Ridlwan, “Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Pada PT. Tanjung Abadi,” 37–52.

¹⁵ Mannan and Ratih, “Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Usaha Mikro/UMKM.” 132-147.

¹⁶ Manna Silviyah and Novieati Dwi Lestari, “Pengaruh Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan UMKM,” *Al Iqtishod: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Ekonomi Islam* 10, no. 1 (2022): 96–112.

Melihat beberapa penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya bahwa terdapat *gap research*, yaitu pada penelitian sebelumnya mengkaji mengenai penerapan etika bisnis Islam dalam berbagai sudut pandang. Sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan akan menganalisis terkait penerapan etika bisnis Islam pada Rizma *Collection* dalam meningkatkan loyalitas pelanggan, dimana peneliti berasumsi jika keberhasilan Rizma *Collection* tidak terlepas dari penerapan etika bisnis Islam yang dilakukannya hingga sekarang. Sehingga usahanya mampu bertahan dan produknya banyak diminat oleh pelanggannya.

Adapun kebaruaran pada penelitian ini adalah lokasi penelitian dan fokus penelitian. Fokus penelitian ini adalah menganalisis implementasi etika bisnis Islam dari perilaku pemilik Rizma *Collection* dan operasional usaha yang dijalankan, sehingga hal tersebut mampu menjadikan pelanggannya bersikap loyal terhadap produk yang dihasilkan dan mampu bersaing dengan produk lokal maupun impor. Jadi alasan peneliti memilih Rizma *Collection* sebagai lokasi penelitian adalah konveksi tersebut sudah berdiri sejak 2010 dan mampu bertahan hingga sekarang ditengah banyaknya konveksi yang gulung tikar akibat persaingan bisnis yang semakin ketat, selain itu konveksi tersebut juga mengalami penurunan pembelian dari pelanggannya, sehingga diperlukan kajian untuk meningkatkan loyalitas pelanggannya.

Berdasarkan latar belakang dan alasan tersebut, maka penulis akan melakukan penelitian skripsi dengan judul **“Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan (Studi pada Konveksi Rizma *Collection*)”**.

B. Fokus Penelitian

Dalam penelitian pendekatan kualitatif tidak hanya dilakukan berdasarkan variabel penelitian, sebab fenomena yang diteliti bersifat holistik, menyeluruh dan saling berkaitan satu sama lain. Fokus adalah domain yang terkait dengan situasi sosial. Beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam penelitian kualitatif yaitu seluruh situasi sosial yang meliputi aspek tempat, pelaku dan aktivitas.¹⁷ Adapun penjelasannya adalah:

1. Tempat penelitian ini yaitu konveksi Rizma *Collection*, yang berlokasi di Desa Jepang Pakis, Kecamatan Jati.

¹⁷ Ismail Suardi Wekke and dkk, *METODE PENELITIAN SOSIAL* (Yogyakarta: CV. Adi Karya Mandiri, 2019), 43.

2. Pelaku penelitian ini adalah owner atau pemilik, karyawan, serta pelanggan konveksi Rizma *Collection*.
3. Aktivitas penelitian ini berupa implementasi etika bisnis Islam yang dalam meningkatkan loyalitas pelanggan pada konveksi Rizma *Collection*.

Fokus penelitian yang dilakukan ini menjelaskan tentang bagaimana implementasi etika bisnis Islam yang dilakukan oleh suatu UMKM, yaitu konveksi Rizma *Collection* yang berlokasi di Desa Jepang Pakis, Kecamatan Jati, Kabupaten Kudus. Subjek utama dari penelitian ini yakni konveksi Rizma *Collection*, sedangkan objek dari penelitian yakni etika bisnis Islam yang dilakukan konveksi Rizma *Collection*.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan di atas, maka dapat dibuat rumusan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana praktik bisnis Islam di konveksi Rizma *Collection*?
2. Bagaimana implementasi etika bisnis Islam di konveksi Rizma *Collection* dalam meningkatkan loyalitas pelanggan?
3. Apa saja faktor penghambat etika bisnis Islam di konveksi Rizma *Collection* dan solusinya?

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai berdasarkan rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana praktik bisnis Islam di konveksi Rizma *Collection*.
2. Untuk mengetahui bagaimana implementasi etika bisnis Islam dalam meningkatkan loyalitas pelanggan pada konveksi Rizma *Collection*.
3. Untuk mengetahui faktor penghambat dalam penerapan etika bisnis Islam di konveksi Rizma *Collection* beserta solusinya.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat baik bagi peneliti maupun untuk pengembangan ilmu pengetahuan. Adapun manfaat atau kegunaan yang ingin diperoleh dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut:

1. Secara teoritis

Penelitian ini diharapkan bisa dijadikan sebagai sarana guna mengetahui dan memahami secara lebih mendalam mengenai bidang ilmu manajemen bisnis syariah, khususnya dalam proses

implementasi etika bisnis Islam dalam meningkatkan loyalitas pelanggan serta dapat digunakan juga sebagai bahan kajian dalam proses penyusunan hipotesis bagi peneliti selanjutnya.

2. Secara praktis

a. Bagi lembaga pendidikan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan dalam kegiatan perkuliahan khususnya untuk program studi manajemen bisnis syariah dan dapat dijadikan sebagai bahan referensi yang dapat digunakan sebagai bahan perbandingan dengan penulis lainnya yang mengkaji terkait aspek etika bisnis Islam.

b. Bagi tempat penelitian

Secara tidak langsung adanya penelitian ini mampu menjadikan acuan dan dorongan dalam melkakukan evaluasi serta peningkatan terhadap implementasi etika bisnis Islam dalam meningkatkan loyalitas pelanggan dalam menunjang keberlangsungan konveksi Rizma Collection menjadi lebih baik lagi.

c. Bagi pembimbing

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pembimbing dalam mengevaluasi serta mengaplikasikan pengetahuan manajemen bisnis syariah terutama dalam bidang etika bisnis Islam.

d. Bagi penulis

Penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi penulis sebagai sarana belajar dalam mengembangkan pemikiran serta mendalami suatu masalah secara teoritis dan mendalam, terlebih penulis dapat terjun langsung melakukan penelitian di lapangan yang tentunya dapat memberikan pengalaman yang sangat berharga bagi penulis.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian dimaksud untuk digunakan sebagai gambaran atau garis besar keseluruhan isi penelitian yang dijabarkan secara singkat dan memiliki tujuan untuk mempermudah tata letak penulisan secara menyeluruh. Adapun sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut.

a. Bagian/komponen awal

Bagian awal penulisan meliputi: halaman judul, persetujuan pembimbing, halaman pengesahan skripsi, halaman motto, halaman persembahan, kata pengantar, halaman abstrak, beserta daftar isi.

b. Bagian/komponen isi

Bagian isi dalam penelitian ini mencakup lima bab yang saling berkesinambungan, antara lain:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini mencakup latar belakang masalah, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : KERANGKA TEORI

Bab ini berisi tentang paparan teori dari variabel-variabel yang ada pada judul meliputi etika bisnis islam dan loyalitas pelanggan. Di dalam bab ini juga terdapat hasil penelitian terdahulu, kerangka teori, dan kerangka berpikir.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini membahas mengenai bagaimana cara yang peneliti gunakan dalam memperoleh hasil penelitian yang meliputi: jenis dan pendekatan penelitian, setting penelitian, subjek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, pengujian keabsahan data, dan teknik analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan mengenai hasil penelitian yang telah didapatkan oleh peneliti yang mencakup gambaran umum objek penelitian serta pembahasan tentang implementasi etika bisnis Islam dalam meningkatkan loyalitas pelanggan di konveksi Rizma *Collection*.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi tentang rangkuman atau kesimpulan dari analisis data serta saran terkait penelitian yang dilakukan.

c. Bagian/komponen akhir

Bagian ini mencakup daftar pustaka dan lampiran-lampiran yang tersedia dalam penelitian.